

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	v
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	13
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Konsep Pemasaran	14
B. Konsep Promosi.....	17
C. Konsep Bauran Promosi.....	18
D. Konsep Keputusan Pembelian.....	29
E. Penelitian Terdahulu.....	31
F. Kerangka Pemikiran.....	33
G. Hipotesis.....	34
III. METODE PENELITIAN	
A. Tipe Penelitian.....	36
B. Sumber Data	36
C. Populasi dan Sampel	37
D. Objek dan Subjek Penelitian.....	38
E. Definisi Konseptual	38
F. Definisi Operasional	39
G. Skala Pengukuran	41
H. Teknik Pengumpulan Data	43

I. Teknik Pengujian Instrumen.....	44
J. Tekhnik Pengolahan Data.....	47
K. Teknik Analisis Data.....	48

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	55
B. Gambaran umum Responden	58
C. Deskripsi Persepsi Responden	60
D. Analisis Data	
1. Analisis Uji Asumsi Klasik.....	79
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
3. Uji F.....	86
4. Uji T.....	87
5. Uji R^2	89
F. Pembahasan	
1. Pengaruh periklanan terhadap keputusan konsumen membeli kartu seluler XL.....	90
2. Pengaruh penjualan tatap muka terhadap keputusan konsumen membeli kartu seluler XL.....	91
3. Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan konsumen membeli kartu seluler XL.....	92
4. Pengaruh hubungan masyarakat terhadap keputusan konsumen membeli kartu seluler XL.....	93
5. Pengaruh periklanan, penjualan tatap muka, promosi penjualan dan hubungan masyarakat terhadap keputusan konsumen membeli kartu seluler XL.....	94
6. Pembahasan regresi linear berganda.....	94

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perbandingan Tarif Percakapan Sesama Operator	4
2. Perbandingan Tarif Percakapan Keluar Operator	5
3. Perbandingan Tarif Sms	6
4. Total Penjualan Kartu Seluler Prabayar.....	10
5. Tentang Definisi Operasional Penelitian	40
6. Hasil Uji Validitas 30 Sampel.....	45
7. Hasil Uji Reliabilitas 30 Sampel.....	47
8. Napak tilas Perjalanan XL.....	57
9. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
10. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	59
11. Persepsi responden mengenai bintang iklan XL menarik.....	60
12. Persepsi responden mengenai tayangan iklan XL di televisi memberikan kesan gembira.....	61
13. Persepsi responden mengenai perpaduan warna biru dan orange yang menarik.....	62
14. Persepsi responden mengenai slogan iklan XL “Jangkauan Luas” sesuai dengan realita.....	62
15. Persepsi responden mengenai penggunaan kata-kata yang mudah dimengerti.....	63
16. Persepsi responden mengenai iklan XL sesuai dengan gaya hidup anak muda.....	64
17. Persepsi responden mengenai <i>Jingle</i> iklan XL menarik.....	65
18. Persepsi responden mengenai Penampilan SPG yang menarik.....	66
19. Persepsi responden mengenai pengetahuan SPG XL yang luas terhadap produk kartu seluler XL.....	66
20. Persepsi responden mengenai sikap ramah SPG XL dalam melayani konsumen.....	67
21. Persepsi responden Mengenai harga kartu perdana XL murah.....	68

22. Persepsi responden Mengenai tawaran kuis dengan hadiah yang menarik.....	69
23. Persepsi responden Mengenai tarif XL murah.....	70
24. Persepsi responden XL memberikan bonus menarik.....	70
25. Persepsi responden Mengenai Artikel tentang kesuksesan XL dalam sebuah surat kabar dapat mempengaruhi masyarakat.....	71
26. Persepsi responden Mengenai XL menyelenggarakan konser musik amal membantu korban bencana alam.....	72
27. Persepsi responden Mengenai XL mengadakan pameran untuk peluncuran produk terbarunya.....	73
28. Persepsi responden Mengenai XL menyelenggarakan lomba jalan sehat gratis.....	73
29. Persepsi responden mengenai promosi XL dapat menarik perhatian calon konsumen.....	74
30. Persepsi responden Mengenai ketertarikan calon konsumen terhadap kartu seluler XL.....	75
31. Persepsi responden Mengenai niat untuk mencari tahu keunggulan kartu seluler XL).....	75
32. Persepsi responden Mengenai konsumen akan selalu menggunakan kartu seluler XL.....	76
33. Persentase Dari Jawaban Responden Semua Variabel.....	77
34. Hasil Uji Autokorelasi Regresi Linier Berganda.....	81
35. Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
36. Rekapitulasi Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Berganda (X) terhadap Keputusan pembelian (Y)	84
37. Perhitungan Uji F.....	86
38. Perhitungan Uji t.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Grafik Pertumbuhan Pasar Jasa Seluler	2
2. Kerangka pemikiran.....	34